

**KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE KEPADA
PELANGGAN TELKOM di PLASA TELKOM SIDOARJO**
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Customer Services Pelayanan Pengaduan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memeproleh Gelar Sarjana
Pada FISIP UPN “VETERAN” Jawa Timur



Oleh :

MESHA RIO DHYPALONIKA
0641010006

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2012**

Judul Penelitian : KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICES
KEPADA PELANGGAN TELKOM di TELKOM
SIDOARJO

Nama Mahasiswa : Mesha Rio Dhypalonika

NPM : 0641010006

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah diuji dan diseminarkan pada tanggal 17 Maret 2011

Pembimbing

Tim Penguji

1.

Dra. Susi Hardjati, M.AP
NIP. 196902101993032001

Dr. Ertien Rining N, M.Si
NIP. 196801161994032001
2.

Dr. Slamet Sriyono
NIP. 130 286 546

3.

Dr. Lukman Arif, M.Si
NIP. 196411021994031001

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dr. Lukman Arif, M.Si
NIP. 196411021994031001

Judul Penelitian : KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICES
KEPADA PELANGGAN TELKOM di TELKOM
SIDOARJO

Nama Mahasiswa : Mesha Rio Dhypalonika

NPM : 0641010006

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah di revisi dan disahkan pada tanggal Januari 2012

Penguji I

Penguji II

Penguji III

<u>Dr. Ertien Rining N, M.Si</u>	<u>Dr. Slamet Srijono, M.Si</u>	<u>Dr. Lukman Arif, M.Si</u>
NIP. 196801161994032001	NIP. 130 286 546	NIP. 196411021994931001

LEMBAR PERSETUJUAN MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI

KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICES TERHADAP
PELANGGAN TELKOM DI PLASA TELKOM SIDOARJO
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Customer Services Pelayanan Pengaduan)

Disusun Oleh :

MESHA RIO DHYPALONIKA
NPM. 0641010006

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Dra. Susi Hardjati, M. AP
NIP. 196902101993032001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICES TERHADAP
PELANGGAN TELKOM DI PLASA TELKOM SIDOARJO

Oleh :

MESHA RIO DHYPALONIKA
NIP. 0641010006

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal

Menyetujui,

PEMBIMBING

TIM PENGUJI

Dra. Susi Hardjati, M.AP
NIP. 196902101993032001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

PENGESAHAN REVISI SKRIPSI

KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICES TERHADAP
PELANGGAN TELKOM DI PLASA TELKOM SIDOARJO

Disusun Oleh :

MESHA RIO DHYPALONIKA
NIP. 0641010006

Telah direvisi dan disahkan pada tanggal :

PENGUJI I

PENGUJI II

PENGUJI III

LEMBAR PERSETUJUAN MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI

KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICES TERHADAP
PELANGGAN TELKOM DI PLASA TELKOM SIDOARJO
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Customer Services Pelayanan Pengaduan)

Disusun Oleh :

MESHA RIO DHYPALONIKA
NPM. 0641010006

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	6
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. Kualitas Pelayanan	9
2.2.1.1. Pengertian	9
2.2.1.2. Tujuan	12
2.2.1.3. Manfaat	13
2.2.1.4. Dimensi Kualitas Pelayanan	13

2.2.1.5. Standart Pelayanan menurut Keputusan MENPAN No.63 tahun 2003	17
2.2.1.6. Azas Pelayanan Publik Keputusan MENPAN No.63 tahun 2003	18
2.2.1.7. Karakteristik Kualitas Pelayanan	20
2.2.1.8. Prinsip Pelayanan Publik	20
2.2.2. Customer Services	22
2.2.2.1. Definisi	22
2.2.2.2. Tujuan Pelayanan Pelanggan (CSO)	23
2.2.2.3. Orientasi Pelayan Pelanggan (CSO)	24
2.2.2.4. Perilaku Customer Service	25
2.2.3. Kepuasan Pelanggan	25
2.2.3.1. Definisi Kepuasan Pelanggan	25
2.2.3.2. Konsep Kepuasan Pelanggan	26
2.2.3.3. Metode Pengukuran	27
2.2.3.4. Komponen Kepuasan Pelanggan	30
2.2.3.5. Pelayanan Berfokus Pada Kepuasan	31
2.3. Kerangka Berfikir	33
BAB III : METODE PENELITIAN	34
3.1. Jenis Penelitian	34
3.2. Lokasi Penelitian	35
3.3. Fokus Penelitian	35
3.4. Sumber Data dan Jenis Data	37

3.5. Pedoman Penelitian	39
3.6. Teknik Pengumpulan Data	39
3.7. Analisis Data	40
3.8. Keabsahan Data	42
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Gambaran Umum	44
4.1.1. Gambaran Umum Obyek	44
4.1.2. Visi dan Misi	45
4.1.3. Struktur Organisasi	46
4.1.4. Karakteristik Pegawai	51
4.1.5. Sarana dan Prasarana	54
4.2. Hasil Penelitian	55
4.2.1. Tangibles (Bukti Fisik)	55
4.2.2. Responsivness (Ketanggapan)	60
4.2.3. Reliability (Ketanggapan)	63
4.2.4. Assurance (Jaminan)	67
4.2.5. Emphaty (Empati)	69
4.3. Pembahasan	72
4.3.1. Tangibles (Bukti Fisik)	73
4.3.2. Responsivness (Ketanggapan)	75
4.3.3. Reliability (Kehandalan)	76
4.3.4. Assurance (Jaminan)	76
4.3.5. Emphaty (Empati)	78

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Pegawai Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2. Karakteristik Pegawai Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3. Karakteristik Pegawai Berdasarkan Tingkat Pendidikan	53
Tabel 4.4. Data Sarana dan Prasarana Kerja	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Berfikir	33
Gambar 2. Struktur Organisasi Plasa Telkom Sidoarjo	48

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Dokumentasi

ABTRAKSI

MESHA RIO DHYPALONIKA, Kualitas Pelayanan Customer Services Kepada Pelanggan Telkom di Plasa Telkom Sidoarjo, Skripsi, 2012

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan tentang Kualitas Pelayanan Customer Services Kepada Pelanggan Telkom di Plasa Telkom Sidoarjo.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang meneliti tentang kualitas pelayanan pengaduan customer services di Plasa Telkom Sidoarjo. Penelitian ini dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan pihak karyawan dan pelanggan, data primer diperoleh dari hasil wawancara, melalui wawancara dan dokumentasi. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh melalui arsip-arsip (dokumen).

Adapun fokus dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang meliputi : tangible (bukti fisik), responsiveness (daya tanggap), reliability (kehandalan), assurance (jaminan), empathy (empati).

Hasil dari penelitian di Plasa Telkom Sidoarjo mengenai kualitas pelayanan pengaduan customer services, berdasarkan kualitas pelayanan yang terdiri dari : Tangible (bukti fisik) yang meliputi : fasilitas ruang tunggu dan tempat duduk, loket pelayanan pengaduan pelanggan, dan fasilitas penunjang seperti TV atau pemutar music, toilet, tempat parkir, internet gratis / WIFI. Responsiveness (daya tanggap) yang meliputi : tindakan yang dilakukan kepada pelanggan dalam menanggapi keluhan, kecepatan dan kepastian dalam menangani keluhan pelanggan. Reliability (kehandalan) yang meliputi : respon yang ditimbulkan oleh pelanggan pada saat petugas memberikan pelayanannya, kepuasan yang didapat pelanggan setelah menerima pelayanan. kepastian waktu penyelesaian dalam menangani keluhan pelanggan. Assurance (jaminan) yang meliputi : keamanan di lokasi penelitian, kredibilitas yang didapatkan pelanggan. Empathy (empati) yang meliputi : kemudahan pelanggan saat menemui customer services, perhatian yang diberikan kepada pelanggan.

Dari data yang didapat melalui wawancara dan observasi pengamatan, menyimpulkan bahwa “Kualitas Pelayanan Customer Services Kepada Pelanggan Telkom di Plasa Telkom Sidoarjo” mendapatkan respon yang baik, meskipun ada kekurangan dalam pelayanan yang diberikan. Agar kualitas pelayanan menjadi lebih baik, ditunjang dengan perbaikan system kinerja yang lebih baik juga, dan diharapkan lebih peduli terhadap keluhan pelanggan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era kompetensi (globalisasi) telah nampak didepan kita semua. Era ini ditandai dengan ketatnya persaingan di segala bidang kehidupan, baik dari segi kehidupan berbangsa maupun dari segi kehidupan bermasyarakat. Era ini memperebutkan kesempatan dan peluang, baik dalam bidang bisnis maupun dalam mengisi jabatan-jabatan yang ada di instansi pemerintahan. Ketatnya persaingan pada era globalisasi mendatang menuntut kita untuk mengenal dan kemudian memanfaatkan sistem pelayanan yang dapat berkompetisi secara lebih baik. Salah satu contoh pelayanan jasa, yaitu jasa telekomunikasi dan informasi. Kemajuan teknologi juga ikut berperan meningkatkan intensitas persaingan, karena memberi kepada pelanggan akses informasi yang lebih banyak tentang macam-macam pelayanan.

Kotler, Hayes, dan Blomm (2002) menyebutkan ada enam alasan suatu institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama, pelanggan yang ada lebih prospektif yang artinya mempunyai nilai usaha yang menjanjikan. Kedua, biaya mendapatkan pelanggan baru lebih besar, dibanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga, pelanggan yang sudah percaya kepada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat, biaya operasi institusi akan menjadi efisien jika memiliki pelanggan

yang loyal. Kelima, institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Keenam, pelanggan loyal akan selalu membela institusi, bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Juran seperti dikutip dari Gaspers (1997) mendefinisikan manajemen kualitas sebagai suatu kumpulan aktivitas yang berkaitan dengan kualitas tertentu yang memiliki karakteristik, sebagai berikut : kualitas menjadi bagian dari setiap agenda manajemen atas, sasaran kualitas dimasukkan dalam rencana bisnis, jangkauan sasaran diturunkan dari benchmarking, sasaran disebarkan ke tingkat yang mengambil tindakan, pelatihan dilaksanakan pada semua tingkat, pengukuran ditetapkan seluruhnya, manajer atas secara teratur meninjau kembali kemajuan dibandingkan dengan sasaran, penghargaan diberikan untuk performansi terbaik, setiap imbalan diperbaiki

Kebutuhan manusia (human needs) adalah suatu rasa yang timbul secara alami dan dalam diri manusia untuk memenuhi segala sesuatu yang diperlukan dalam kehidupannya. Kebutuhan-kebutuhan ini kemudian memunculkan keinginan manusia (human wants) untuk memperoleh sesuatu yang dibutuhkan tersebut sebagai alat pemuas kebutuhan hidupnya. Dalam kenyataannya, untuk memperoleh berbagai alat pemuas kebutuhan tersebut ada yang dapat diperoleh dengan upayanya sendiri, diupayakan sendiri dengan bantuan pihak lain, atau memang harus diperoleh dari pihak lain karena berbagai keterbatasan kemampuan untuk menyediakan sendiri. Jadi, dapat disimpulkan

bahwa kita semua bisa ada pada posisi yang menjadi konsumen/penerima layanan atau pada posisi yang menjadi penyedia layanan.

Pelayanan yang benar seperti yang diajarkan dalam manajemen kualitas pelayanan adalah pejabat yang eselonnya lebih tinggi memfasilitasi pejabat yang eselonnya lebih rendah dalam pelaksanaan tugasnya. Dengan demikian, diharapkan melahirkan suatu komitmen pencapaian misi pelayanan prima. Adanya kemajuan dari sistem budaya, sosial, maupun ekonomi, manusia dituntut untuk lebih bertindak cepat dan tanggap, terutama dalam berkomunikasi.

Kualitas dapat dilihat sebagai suatu kelemahan atau peningkatan dari respon konsumen. Harapan konsumen bisa bervariasi baik dari konsumen satu dengan konsumen lain walaupun pelayanan yang diberikan tetap sama atau konsisten. Pelayanan yang baik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standart kinerja pelayanan, baik standart pelayanan internal (sistem kerja, cara pelayanan, biaya) maupun standart pelayanan eksternal (cara untuk selalu konsisten agar bisa mendapatkan harapan konsumen). Pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau negara yang bersifat jasa. Peranannya akan bersifat menentukan jika dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha merebut jasa atau masyarakat yang membutuhkannya.

Oleh karena itu, pihak Pemerintah maupun swasta yang memiliki pelayanan jasa komunikasi saling bekerja sama memberikan kenyamanan

pelayanan jasa agar konsumen bisa menikmati dengan nyaman. Salah satu contoh bentuk pelayanan yang bisa diberikan melalui Customer Services (Pusat Layanan Informasi dan Pengaduan), yang di mana setiap institusi menyediakan layanan yang mempunyai unit kerja yang mampu menampung saran dan kritik dari masyarakat yang ditujukan untuk instansi tersebut.

Karir pelayanan pelanggan (customer service) berlaku selama masa kerja, dari pekerjaan yang pertama sampai yang terakhir. Pelayanan pelanggan adalah salah satu pekerjaan yang paling cepat berkembang di dunia. Di masa mendatang, petugas pelayanan pelanggan (customer services representative atau CSR) yang mempunyai beberapa keahlian tambahan akan mendapatkan peningkatan tanggung jawab, gaji yang lebih tinggi, lebih banyak kewenangan, dan mengalami peningkatan kepuasan kerja. Customer Services harus memiliki kemampuan melayani konsumennya secara cepat dan tepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Customer Services yang baik harus diikuti dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya.

Salah satu contoh instansi yang bergerak di bidang jasa teknologi komunikasi adalah PT. Telkom. PT. Telkom menyediakan berbagai macam produk, mulai dari fasilitas telepon rumah hingga fasilitas internet. Mulai dari fasilitas pemasangan telepon rumah, pemasangan fasilitas internet di rumah, fasilitas melalui jaringan handphone, dan fasilitas penyediaan modem internet.

Plasa PT. Telkom Sidoarjo merupakan salah satu dari sekian banyak instansi yang menyediakan fasilitas telekomunikasi yang dinilai sudah memiliki

daya tarik nilai tersendiri bagi masyarakat. Loyalitas secara harafiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu obyek. Adanya pelayanan yang baik, dapat menimbulkan kesetiaan dari pelanggannya. Salah satu contoh yang bisa dilihat adalah layanan Customer Services, jika layanan ini belum bisa melayani pelanggannya dengan ramah dan tanggap, maka belum bisa dikatakan layanan tersebut belum bisa dirasakan puas.

Pelayanan PT. Telkom yang belum bisa diharapkan secara baik, yaitu secara berikut

Bapak Michael David, Babatan Pratama GG 27 No. 26, Surabaya, mengatakan, “ Saya pengguna layanan Telkom untuk telepon rumah. Untuk abonemen tiap bulan Rp 32.600 (rumah tangga), namun pada lima bulan terakhir abonemen tersebut berubah menjadi Rp 44.697 (bisnis/usaha) tanpa ada pemberitahuan sebelumnya. Setelah mendatangi kantor Telkom Sukomanunggal, keberatan saya tidak langsung di proses untuk dikembalikan ke abonemen rumah tangga. Tetapi selang beberapa bulan, abonemen saya kembali lagi ke abonemen bisnis/usaha.” Jawa Pos, Sabtu 25 September 2010

Bapak J. A. Noertjahyo, Taman Borobudur Selatan 27, Malang, mengatakan, “Saya pelanggan Speedy Telkom yang mengikuti paket promosi Rp 125.000 per bulan. Namun, tagihan bulan pertama masa promosi ternyata nilai tagihan bukan tarif paket promosi. Setelah di klaim, kelebihan tagihan itu memang di kembalikan. Anehnya, tagihan bulan berikutnya tidak akurat, malah lebih besar dari seharusnya, sehingga saya mengajukan klaim lagi.” Jawa Pos, Kamis 21 Oktober 2010

Dari keluhan yang disampaikan oleh pelanggan kepada PT. Telkom, permasalahan tentang pelayanan Customer Services yang kurang memuaskan, maka peneliti akan meneliti permasalahan tersebut dengan judul “KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICES KEPADA PELANGGAN TELKOM di PLASA PT. TELKOM SIDOARJO.”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah

Bagaimana kualitas layanan customer services kepada pelanggan Plasa Telkom wilayah Sidoarjo?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang ada, yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan kualitas layanan customer services yang ada di Plasa PT. Telkom wilayah Sidoarjo.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Bagi PT. Telkom

Memberi sumbang pemikiran dan saran bagi perusahaan tersebut sebagai alternatif pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan terutama pada bagian pelayanan customer services kepada pelanggannya.

2. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan tentang pelayanan yang baik

3. Bagi Universitas

Untuk menambah referensi yang berguna bagi penelitian yang sejenis di masa yang akan datang